Virgin, es una compañía a nivel global que comenzó como una pequeña tienda de discos y gracias al espíritu emprendedor de Richard Branson esta se expandió a diferentes industrias.  
  
Sus valores están orientados al emprendimiento, la innovación de productos y servicios que rompan con lo establecido.  
  
Virgin se enfoca en brindar una experiencia única poniendo a sus trabajadores en el centro de todo y dando oportunidades a jóvenes talentos. Tiene una administración plana que ayuda a alentar la innovación, fomentando el ambiente donde las personas se interesen por el resultado de la empresa.  
  
Virgin tiene una estructura de empresas autónomas, administradas por equipos que se autogestionan y usan la misma marca en común. Su estructura permite la toma de decisiones de forma independiente y se responsabilizan de su propio desarrollo.

Su estrategia es la sinergia y cuenta con 200 empresas a nivel mundial repartidas en diferentes industrias.  
  
Para entrar en una industria y a un nuevo sector realizan alianzas o fusiones, investigando el mercado para ofrecer lo que otras empresas en el mercado no pueden proporcionar utilizando las fortalezas de Virgin y las debilidades del mercado.  
  
Componentes claves del sistema Virgin:  
  
- Entradas:   
  
Estas se identifican por ser la materia prima con la cual Virgin trabaja, siendo las principales el capital financiero siendo Virgin el principal inversor, el capital humano y su talento, el conocimiento plasmado en el estudio de sus fortalezas como empresa y las debilidades del mercado y recursos físicos como la tecnología, vehículos y organizaciones o alianzas.  
  
- Procesos:  
  
Estos se identifican a las áreas funcionales que hacen participe para la obtención de productos y servicios, de las cuales Virgin hace gran enfoque en la gestión de recursos humanos atrayendo nuevos talentos y buscando mecanismos para la retención. Su gestión de marca la cual se identifica como una marca premium y de gran estatus. El desarrollo de productos y servicios los que buscan ingresar en nuevos sectores y mercados.  
  
- Salidas:   
  
Estas se identifican por la entrega de productos y servicios, dando una gran gama de estos tanto en el transporte, entretención, tecnológico, entre otros, ayudando a la expansión de la empresa y reflejándose en los beneficios económicos obtenidos tras el ejercicio.  
  
- Retroalimentación:  
  
Estos corresponden al control interno de la empresa y externos del mercado, enfocándose en la comprensión del mercado, sus barreras y escala de economía, manteniendo un control de gastos reducido posterior al análisis de estos.